

# color&Vous

Le magazine Sikkens d'AkzoNobel • **N°9 Janvier 2010**

- Produits : **innovations dans les sous-couches**
- Reportage : **zoom sur la Marne**
- Jeu : **gagnez une toile de la collection exclusive « Creating Art » by McLaren et Sikkens**

## A la pointe de la colorimétrie avec Automatchic 3





ÉDITORIAL

## Le défi d'aujourd'hui : marier la chèvre et le chou !

Nous devons améliorer nos performances commerciales vis-à-vis de clients confrontés à beaucoup de difficultés et de changements… Réaction en chaîne qui fait la boucle, du fabricant au distributeur, du distributeur au carrossier et du carrossier à l'apporteur d'affaires...
Pour tenter de résoudre cette quadrature du cercle, qui entre dans la mission que m'a confié AkzoNobel en tant que Directeur Régional France, Espagne, Portugal et Belgique, je m'appuie sur une équipe expérimentée et très opérationnelle. J'y associe mon expérience de plusieurs décennies du marché de la peinture en France et en Europe. Les temps changent, je peux en témoigner... Au début de ma carrière, c'est le peintre qui était décideur en matière de peinture et ses choix étaient guidés par la qualité relationnelle. Ensuite, le distributeur a ancré son rôle de relais du fabricant de peintures sur le terrain pour assurer un suivi technique de proximité. Aujourd'hui, certains apporteurs d'affaires, soucieux du service à apporter à l'automobiliste, sont devenus prescripteurs. Nous vivons dans un marché très dynamique et cette évolution va en se renforçant. Dans ce contexte, ce dernier numéro de Color&Vous illustre notre démarche très pragmatique dans laquelle la distribution tient un rôle essentiel, tant dans sa capacité à relayer notre offre commerciale que dans sa capacité logistique et technique. Les réussites dont témoignent certains clients carrossiers, à découvrir dans ce numéro, nous encouragent à poursuivre dans cette voie... Je souhaite à tous nos partenaires et lecteurs une excellente année 2010.

**André RUMMENS**
**Directeur Régional Car Refinishes France, Espagne, Portugal et Belgique**

## SOMMAIRE

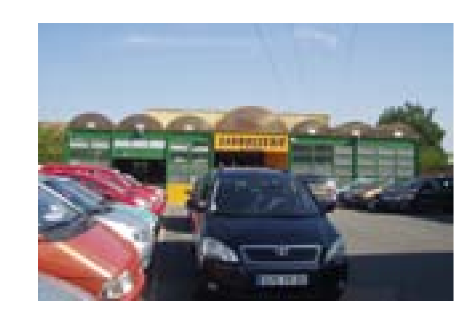






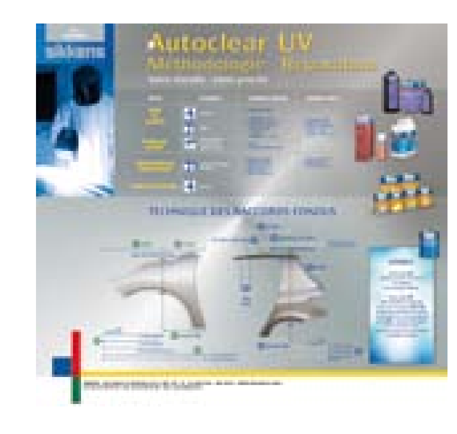
## Carrosserie Nevers : 31 ans de SIKKENS !

Après le départ en retraite de leur père en 1991, les frères Nevers, Lionel et Norbert, ont repris l'entreprise familiale implantée à Arnas (69). Aujourd'hui, approvisionnée en SIKKENS par Color-Distribution, la Carrosserie Nevers emploie 9 personnes et réalise en moyenne 25 réparations par semaine avec 2 cabines. *« Jamais déçus, nous perpétuons l'histoire de SIKKENS avec la carrosserie,* explique **Lionel Nevers**. *Quand nous avons voulu passer aux bases à l'eau, l'équipe de la marque s'est montrée très réactive et le Service Après-Vente très efficace. Dans le contexte actuel d'un marché de la réparation tendu, notamment à cause des exigences des assureurs, c'est essentiel pour nous de nous sentir soutenus par nos fournisseurs ».*
En 2009, la Carrosserie Nevers a fêté ses 40 ans d'existence et ses 31 ans de fidélité à SIKKENS. Félicitations !



## Autoclear UV : méthodologie en poster

Un outil très utile pour les ateliers utilisateurs de la nouvelle technologie SIKKENS à séchage UV… Le poster SIKKENS Autoclear UV décrit, à l'aide d'un schéma illustré et de conseils, la bonne méthodologie pour une utilisation efficace et rationnelle du vernis UV. Encore du temps de gagné !




## SIKKENS : principal partenaire de KIA Europe

KIA

AkzoNobel Car Refinishes a obtenu l'approbation commerciale de KIA Europe pour l'utilisation des peintures SIKKENS. Dans le cadre d'une standardisation de son processus de réparation au niveau européen, la marque est dorénavant le partenaire principal du réseau KIA. *« Notre partenariat illustre une avancée significative en terme de services. SIKKENS nous permettra de pérenniser la cohérence qualitative de notre réseau européen. Ce partenariat entre dans notre optique d'amélioration constante, tant des produits que du service au client »*, **Joerg Seidel, KIA Europe**.

*« La distinction de fournisseur principal prouve que nos standards sont de haut niveau et ambitieux puisqu'ils s'intègrent dans la démarche qualité du constructeur »*, **Phil Coady, Directeur Marketing AkzoNobel Car Refinishes EMEA**. *« L'attention doit être portée sur l'amélioration des processus en atelier et la baisse des coûts de garantie par l'utilisation de systèmes de peinture sélectionnés »*, **Heiner Schwan, Responsable Grands Comptes EMEA**.
Aujourd'hui, KIA Motors produit environ 1,4 million de véhicules dans le monde et en a exporté 348 000 vers l'Europe en 2008.



*Joerg Seidel, KIA Europe et Heiner Schwan, AkzoNobel*

## SIKKENS s'habille d'un nouveau logo

Sous l'impulsion de la nouvelle identité visuelle du groupe, présentée dans le Color&Vous n°8, le logo SIKKENS a été actualisé pour adopter un style plus épuré, tout en gardant son identité, dotée d'un capital image et d'un bon niveau de mémorisation. Le nouveau symbole du groupe AkzoNobel, un athlète qui tend la main vers le monde avec la promesse d'apporter aujourd'hui les réponses de demain, s'affiche désormais indépendamment du nom des marques sur les emballages des produits. Vous devriez les reconnaître !






# AkzoNobel Car Refinishes mise sur la distribution indépendante

**AkzoNobel Car Refinishes fait évoluer sa stratégie de distribution en privilégiant les distributeurs indépendants. Cette politique s'est engagée en avril dernier avec la cession de ses 5 agences Color Auto Expert® (Toulouse, Lyon, Orléans, Caen et Strasbourg). Elle se poursuit avec la mise en place d'accords de distribution nationaux dont les deux partenaires privilégiés sont, historiquement, Centaure et, nouvellement, l'AutoDistribution. Pour SIKKENS, les enjeux de son dispositif de distribution sont d'amplifier son maillage national, de gagner des parts de marché, d'uniformiser et d'optimiser les services aux carrossiers par le développement d'une offre conjointe et globale.**

## Centaure/GAU/Egide : partenaire historique de SIKKENS

Établi depuis la création du groupement il y a maintenant 21 ans, le partenariat entre Centaure et AkzoNobel prend une nouvelle consistance, d'une part avec la reprise de 4 des 5 filiales Color Auto Expert® par des adhérents : STPA/2SC (Philippe Leroux), MC Color/Color Distribution (Jérôme Romano), Rigal Peinture/JMP Alsace (Marc Rigal) et Breteault Normandie (Didier Leduc). Le cinquième repreneur est la société Toledif (Bruno Bonnet).

D'autre part, les deux partenaires partagent plus que jamais l'objectif de renforcer leur synergie et la complémentarité de leur savoir-faire au bénéfice du client carrossier. Les réflexions communes au niveau national se portent sur le développement d'une offre produits à forte valeur de services ajoutée. Le récent rapprochement de Centaure avec Group Auto Union France va dans ce sens en constituant la société Egide. Elle devient leader dans la distribution de peintures dont le principal fournisseur est AkzoNobel Car Refinishes.

## Rencontre avec les dirigeants d'Egide

*C&V : Qu'est-ce qui a motivé l'union de Centaure avec Group Auto Union France ?*

**Joël Quintard (Président Egide) :** Centaure est spécialisé dans la distribution de peintures et cherche à apporter une offre globale auprès de ses clients réparateurs. Un partenariat avec un autre groupement de distribution permet aux deux entités de mieux maîtriser le marché et de mutualiser leurs moyens en faveur de solutions pérennes et d'avenir pour les réparateurs et sociétés d'assurances. Par notre union, nous rééquilibrons les rapports de force avec les différents fournisseurs et les donneurs d'ordre. Nous voulons devenir un acteur majeur dans le monde de la peinture et être reconnu comme force de propositions. Ensemble, le chiffre d'affaires peinture multimarque de nos deux groupements pèse 53,5 M€. Egide devient ainsi un leader incontestable.

*C&V : Pourquoi avoir conjointement créé la société Egide ?*

**Eric Girot (Directeur Général GAU France) :** Notre motivation est d'apporter aux réseaux Centaure et Group Auto Union France une complémentarité essentielle au marché économique de demain. Ce rapprochement concrétise également notre volonté d'être acteur et non spectateur de la distribution. Nous renforçons la proximité par un maillage dense et homogène du territoire tout comme nous décuplons notre capacité à apporter plus de valeurs ajoutées et de services à nos clients réparateurs. Complémentaires, GAU France apporte ses atouts de généraliste et Centaure, son savoir-faire de spécialiste peinture. Nous avons également les moyens de proposer aux sociétés d'assurances des solutions basées sur le service et l'industrialisation à travers la plate-forme Astrée. Les objectifs liés à la performance des clients ont toujours été prioritaires pour l'ensemble de nos distributeurs et la société Egide veille au respect de ce principe parmi les adhérents.

*C&V : Quelle est la stratégie d'Egide en matière de distribution peinture ?*

**Joël Quintard :** Egide a globalement créé 4 grandes commissions pour faire évoluer sa distribution dont la plus importante concerne la peinture. Elle est dirigée par Philippe Leroux, (STPA et 2SC), membre de Centaure. Les axes de travail tournent autour du choix des partenaires peinture limité à deux groupes ; l'optimisation de la




Eric Girot, Managing Director GAU France


Philippe Leroux, Administrateur Centaure


Joël Quintard, Président Egide

cartographie du réseau ; l'élaboration avec les fabricants partenaires d'une offre globale et le développement d'un plan d'actions. Plus globalement, une réflexion est menée pour renforcer notre position de distributeur dans la filière et nous affirmer comme l'interlocuteur privilégié des apporteurs d'affaires. Interface entre fabricant et carrossier, confronté quotidiennement à la réalité du terrain, le distributeur est le mieux placé pour optimiser la relation entre le carrossier et l'apporteur d'affaires.

*C&V : Comment définissez-vous le rôle du distributeur ?*

**Philippe Leroux (Administrateur Centaure) :** Nous sommes la courroie de transmission entre le fabricant et le carrossier : nous distribuons les produits, assurons leur lancement et nous chargeons de l'animation commerciale. Nous gérons le stockage et la logistique, nous apportons un service de proximité avec un suivi quotidien de nos clients carrossiers.

**Joël Quintard :** Chaque distributeur de peinture ou plus exactement chaque spécialiste peinture apporte une réelle plus-value à ses carrossiers réparateurs. Parmi les services rendus les plus importants, l'assistance technique avec des techniciens très spécialisés (analyse de la colorimétrie / spectrophotomètre), les produits adaptés aux besoins des clients, la formation continue (peinture, équipements, matériels…), l'audit carrosserie, la sensibilisation au respect de la santé et de l'environnement.

**André Rummens, Directeur Régional AkzoNobel Car Refinishes France, Espagne, Portugal et Belgique :** Le distributeur n'est plus cantonné à un rôle purement logistique car le marché n'est plus dans un schéma tripartite entre fabricants, distributeurs et carrossiers. La stratégie du distributeur peinture doit intégrer l'ensemble des acteurs de la filière de la réparation collision dont font dorénavant partie les flottes, assureurs, plateformes de gestion de sinistres, constructeurs... Notre rôle de fabricant est d'épauler les groupements partenaires dans leur développement face aux évolutions du marché et qualifier une distribution de spécialistes dynamiques. Notre objectif avec Egide est d'être apte à proposer une offre et un suivi des carrossiers homogènes. Demain, ce sera la force de notre partenariat national.

*C&V : Quelles sont les valeurs ajoutées du partenariat avec SIKKENS pour les carrossiers ?*

**Philippe Leroux :** Notre objectif est d'élaborer une offre exclusive Egide / SIKKENS. Elle se différenciera par les services et la labellisation des distributeurs selon les critères du cahier des charges du groupement Egide. La finalité est de faire valoir un réseau de distributeurs spécialisés avec des offres ciblées en phase avec les évolutions du marché. Les impératifs du développement durable sont notamment l'un des moteurs de notre réflexion. Celle-ci s'appuie sur les démarches déjà engagées par des distributeurs Centaure dans l'offre produit, la sensibilisation des clients et la formation du personnel technique.

EGIDE

**Centaure et Group Auto Union France se sont rapprochés pour créer la SAS Egide. La présidence revient à Joël Quintard, Directeur Général de Centaure et Serge Boillot, Directeur des Réseaux VL de GAU France, en est le Directeur Délégué.**

### 35% de parts de marché 53,5 M€ de chiffre d'affaires peinture




### Centaure, c'est :

- 33 sociétés de distribution et 55 points de vente
- 430 personnes dans le secteur peinture dont 150 vendeurs dédiés à la carrosserie
- 10 000 clients en compte et 2 600 machines de peinture implantées
- CA total de 100 M€
- CA peinture de 33 M€ et 22% de parts de marché
- Le réseau AUTONEO : 175 carrossiers
- Le réseau ERIS : 300 points de vente concessionnaires
- Astrée : plate-forme de gestion de sinistres




### GAU France, c'est :

- 100 sociétés de distribution et 250 points de vente
- 70 centres techniques
- CA peinture de 20,5 M€ et 13% de parts de marché
- Une croissance internationale réussie avec 1 800 points de vente et un CA total > 3,5 Md€
- Le réseau Top Carrosserie : 170 carrossiers
- Le réseau Top Garage : 700 réparateurs
- Le réseau Top Truck Service : 50 réparateurs PL

### L'offre globale Carrosserie d'Egide

Peintures (dont SIKKENS est la principale marque), consommables, produits écologiques et traitement des déchets, pièces mécaniques et de tôlerie, audit, suivi des achats et vérification des ratios, formation technique et accompagnement, informatique de gestion carrosserie, réseaux de réparateurs.

Concentrer en priorité notre attention sur l'avenir de nos clients

Faire preuve de suffisament de courage et de curiosité pour nous remettre en question

Faire preuve d'intégrité et assumer la responsabilité de nos actes



Développer les talents de nos collaborateurs

# Faire de la crise une opportunité de croissance

**Face au durcissement du marché, aux évolutions technologiques, à l'influence accrue des apporteurs d'affaires, le marché se concentre, les réseaux se renforcent, assureurs et fournisseurs pactisent autour d'accords commerciaux.**

Ces mouvements de fonds tendent à standardiser l'offre, la qualité des prestations et le niveau de service tout en rationalisant les coûts. A moins de se cantonner à travailler sur des niches, le marché de la réparation collision fonctionne en mode industriel. Refuser d'admettre l'évidence revient à se marginaliser. Accepter les changements et évoluer avec son marché est une ouverture vers la croissance.
La crise apporte son lot de difficultés mais elle a un avantage, elle oblige à une remise en cause, souvent salutaire. Du coup, les pronostics les plus pessimistes n'ont pas eu gain de cause. La baisse d'activité est bien réelle mais pas aussi dramatique qu'on le craignait. L'avalanche de fermetures des plus petites structures en carrosserie tant redoutée a limité son amplitude.
En revanche, les nouvelles orientations du marché se confirment. Les phénomènes de regroupement se poursuivent, que ce soit chez les distributeurs, les carrossiers ou les apporteurs d'affaires ; les véhicules ne rentrent plus tous seuls dans les ateliers, les carrossiers doivent aller chercher le travail et être pro-actifs.

## Stratégie commerciale : une force d'AkzoNobel

Sa vision globale du marché aide AkzoNobel à anticiper les évolutions pour chercher les réponses aux questions de demain. Car, l'histoire nous démontre que les périodes de crise sont aussi des périodes de challenge. Les difficultés stimulent les énergies et la créativité en réveillant l'instinct de survie. Le but du Département Carrosserie est de soutenir ses clients pour qu'ils arrivent à progresser dans un marché en récession. *« L'une de nos grandes forces est notre capacité à accompagner la stratégie commerciale de nos clients. Nous les aidons à développer leur performance et à assurer leur pérennité dans un marché où il s'agit pour le carrossier d'adopter une démarche active pour remplir son atelier »*, **André Rummens**.

## La preuve par les performances des carrossiers acoat selected®

Les outils de mesure de performance mis en place dans le réseau acoat selected® démontrent qu'une majorité de carrossiers s'en sortent, voire progressent sur un marché en récession.
La comparaison des résultats de plusieurs carrosseries permet d'identifier les stratégies porteuses et les plus-values du réseau ressortent avec évidence :

- L'approche prioritaire vers les apporteurs d'affaires qui, au final, payent la facture et entendent maîtriser les coûts de réparation
- L'exploitation des outils de gestion pour identifier les axes d'amélioration et agir en temps réels
- L'utilisation des nouvelles technologies colorimétriques ou les dernières générations de produits, sources de productivité et de rentabilité
- Le déploiement de concepts d'aide à la vente comme La station carrosserie®, porteurs de chiffres d'affaires additionnels et facteurs de fidélisation

La rencontre avec Avelino Ferreira, dans le cadre du reportage dans la Marne que vous découvrirez dans quelques pages, apporte un témoignage concret de l'expérience concluante d'un carrossier indépendant qui a pris conscience des évolutions de son métier et s'est organisé pour s'y adapter. Un an après son adhésion au réseau acoat selected®, son chiffre d'affaires a doublé et son avenir se profile avec plusieurs projets de développement.
Les intérêts des fabricants de peintures et carrossiers sont étroitement liés car sans réparation, pas d'atelier, sans atelier, pas de vente de peinture. Regroupement et partage de compétences sont les moyens de progresser ensemble. Tirer les leçons du passé, être dans le présent et se préparer aux enjeux du futur en acceptant de nouvelles règles du jeu sont les moyens de devenir plus forts. Lucidité et choix stratégiques sont d'actualité...








# A la pointe de la colorimétrie avec Automatchic 3

**Avant l'application du revêtement, la recherche colorimétrique, qui conditionnera le temps de réparation et la qualité du travail, est le premier souci du peintre. Pour gagner en temps et en autonomie, sans se tromper, SIKKENS a développé Automatchic 3, un spectrophotomètre nouvelle génération exclusif, qui permet de trouver la bonne formule de teinte sans avoir besoin de la visualiser avec un nuancier couleur.**

SIKKENS a développé l'appareil de mesure colorimétrique le plus techniquement avancé du marché : Automatchic 3. Ce spectrophotomètre contretype les teintes au plus juste et fait de la recherche couleur une manipulation simple et rapide. Ludique et léger, l'outil permet au peintre de gagner du temps dans la recherche et la réalisation d'une teinte.

## Spectrophotomètre sous 3 angles

Automatchic 3 a l'œil. Automatiquement, il trouve la bonne teinte et sa formule. Code couleur inconnu ? Couleur délavée ? Trop de variantes dans la teinte ?… le spectro nouvelle génération est particulièrement efficace dans les cas les plus difficiles. Il opère par une mesure sur trois angles et fournit la meilleure formulation calculée à partir de la couleur actuelle et non du coloris d'origine. Automatchic 3 détecte les erreurs de mesure de teintes et avertit quand une mesure est en dehors des tolérances de température ou si la surface est endommagée (micro-rayures). Si, à l'œil du peintre, la formule proposée et appliquée sur une plaquette, n'est pas suffisamment proche, une correction de teinte peut être réalisée. Le peintre mesure alors la plaquette pour optimiser la formule initiale et obtenir un contretypage encore plus juste de la teinte du véhicule. Automatchic 3 est particulièrement performant pour ce type de corrections. Précurseur avec le lancement de son premier spectrophotomètre il y a plus de dix ans, AkzoNobel dispose de la base de données formules la plus riche du marché.

## Technologie LED optique dernière génération

Basée sur les diodes émettrices de lumière, Automatchic 3 utilise la plus récente des technologies optiques LED. Pour un prix plus abordable, cette technologie a une durée de vie plus longue et une meilleure justesse colorimétrique que les anciennes lampes au xénon. La précision colorimétrique est assurée par la combinaison de plusieurs spécificités techniques :

- Une intensité lumineuse stabilisée
- 3 contacteurs pour optimiser le positionnement de l'appareil
- Des caches pour éviter les interférences avec la lumière extérieure

## Précis, simple, rapide

Support, valise de transport, piège à lumière, étalons cyan et blanc, joints anti-lumière, CD avec manuel d'utilisation et drivers, chargeur, piles (standards ou rechargeables) et câble USB (pour le téléchargement des mesures couleurs sur le logiciel Mixit SIKKENS), Automatchic 3 est fourni avec tous ses accessoires. Léger et très maniable, le nouvel outil SIKKENS de mesure des couleurs est toujours prêt à l'emploi. La justesse des teintes et la précision de la formule s'obtiennent en un clin d'œil. L'étalonnage prend quelques secondes et la visualisation dans un outil couleur est inutile. Retrouvez des conseils pour optimiser son utilisation dans la rubrique « trucs et astuces » en dernière page.

Chargement des mesures couleurs sur le logiciel Mixit SIKKENS

# Innovations dans les sous-couches

**Plus les sous-couches sont performantes, plus les gains de temps sont importants. Elles sont au revêtement final ce que les fondations sont à une maison : la pierre de l'édifice sur laquelle tout repose. De la qualité de cette première étape dépend la réussite de la mise en peinture. Pour apporter une offre complète et accroître la productivité des ateliers, AkzoNobel Car Refinishes a conçu deux apprêts innovants et exclusifs. Conformes à la législation, SIKKENS Colorbuild Plus, l'apprêt coloré et Autosurfacer Rapid, le rapide, viennent d'apparaître aux côtés d'Autosurfacer HB, le très garnissant, et Autosurfacer WB, l'hydrodiluable.**




La gamme Colorbuild Plus en conditionnement de 1 L ou 3 L

## Colorbuild Plus, le nouveau standard pour les sous-couches

En 2000, AkzoNobel innovait en lançant sur le marché SIKKENS Colorbuild, le premier système d'apprêts colorés permettant le contretypage au plus près de la teinte du véhicule par la sous-couche. En 2009, le groupe conserve l'avance technologique avec SIKKENS Colorbuild Plus, son nouveau standard pour les sous-couches. Avec ses six apprêts colorés qui couvrent un spectre complet de couleurs et de teintes grises, SIKKENS Colorbuild Plus succède à SIKKENS Colorbuild. Disponible en version ponçable et « mouillé sur mouillé », l'apprêt coloré renforce toutes les qualités auxquelles les utilisateurs de la marque sont habitués : facilité d'application, excellent tendu, pouvoir garnissant élevé, séchage rapide.

### Ce qui fait la différence…

SIKKENS Colorbuild Plus s'applique directement sur les anciennes couches de peinture, l'acier, l'aluminium, la cataphorèse et les parties en plastique grâce à un additif « spécial plastique ». Le produit permet un ponçage facile et, dans sa version « mouillé sur mouillé », une seule couche suffit. Le temps passé en application est considérablement réduit ainsi que les coûts de mise en œuvre et de produits de finition.

### Un standard de perfection

Conçu pour garantir une réparation parfaite avec les finitions et vernis SIKKENS, le système Colorbuild Plus comprend un nuancier dédié qui facilite la recherche de la teinte d'apprêt la plus proche du coloris final. Lors de la préparation, ce nuancier est un complément pratique du système informatique. Cette approche au plus juste de la teinte à partir de la sous-couche diminue la visibilité des impacts de gravillonnage sur la peinture ou les petites rayures.

Colorbuild Plus a été l'apprêt utilisé sur la Vodafone McLaren Mercedes Formule 1. Il a contribué à reproduire fidèlement l'emblématique teinte chrome du MP4-24








L'Autosurfacer Rapid (1 L ou 3 L) est conforme aux normes sur les émissions de COV de la directive européenne 2004/42/CE (< 540 g/l)

## Autosurfacer Rapid : préparation en un temps record !

Toujours plus vite et plus efficace, SIKKENS réalise une nouvelle performance avec Autosurfacer Rapid, son apprêt au séchage ultra rapide. Il est disponible en version ponçable ou « mouillé sur mouillé » et son application est simple et rapide.

### Séchage ultra rapide

SIKKENS Autosurfacer Rapid, successeur de l'Autosurfacer 940 HS, est unique pour ses propriétés de séchage ultra rapide. À 20°C, il sèche en seulement 45 minutes dans sa version ponçable (en 20 mn à 60°C) et en 15 mn dans sa version « mouillé sur mouillé ». Les gains de productivité et les économies d'énergie sont immédiats.

### Une somme de qualités intrinsèques

Avec Autosurfacer Rapid, il ne fait jamais trop chaud pour travailler. En plus d'un séchage à cœur rapide, d'une application facile, d'un tendu parfait et d'un bon pouvoir garnissant (40 à 60 microns par couche), l'apprêt s'est allié un durcisseur à haute température qui lui permet d'être utilisé en toutes circonstances, même lors des fortes chaleurs estivales. Comme son prédécesseur, il ne contient pas d'isocyanate et est ainsi peu sensible à l'humidité.



Grâce aux caractéristiques de Colorbuild Plus, le temps d'application est considérablement réduit tout comme les coûts de mise en œuvre et de produits de finition

### 2 teintes de gris pouvant se mélanger

Autre particularité de l'Autosurfacer Rapid : ses deux teintes de gris (Light Grey et Dark Grey) peuvent être mélangées et apporter ainsi à la sous-couche plus de nuances. La réparation est garantie « haute qualité ».




Apprêt hydrodiluable (COV < 245g/l) en version ponçable ou « mouillé sur mouillé »




Apprêt solvanté (COV < 512g/l) très garnissant (en version ponçable uniquement)

## Une offre complète de sous-couches

La complémentarité des performances de la gamme des sous-couches SIKKENS s'apprécie essentiellement en fonction de l'organisation et des équipements des ateliers. En combinant temps de séchage, couleurs ou teintes grises, pouvoir garnissant, composition des sous-couches, hydrodiluable ou solvanté, le carrossier trouve la solution la mieux adaptée à ses propres besoins, parmi Colorbuild Plus, Autosurfacer Rapid, WB et HB.




# Carrosserie Preudhomme : la haute couture du Poids Lourd depuis 1936

*Passionné charismatique et entreprenant, Max Preudhomme se découvre dès l'enfance une vocation pour le métier de carrossier. Il intègre l'entreprise familiale dès 14 ans et suit une formation pour maîtriser les bases des 22 métiers de la carrosserie PL. En 1987, il rachète l'activité de son père. 30 ans plus tard, l'entreprise est passée de 14 à 52 salariés (bientôt 60) dont 8 peintres.*

**Poids lourds, utilitaires et automobiles, l'activité de la Carrosserie Preudhomme couvre la vente et l'après-vente des petits et grands véhicules qui roulent sur 4 roues et plus. Répartie sur quatre sites distincts - poids lourds sur 4 000 m² ; carrosserie ambulances sur 4 000 m² ; utilitaires sur 1 500 m² ; véhicules légers sur 2 000 m² -, l'entreprise est en phase d'extension et d'expansion. Son dirigeant, Max Preudhomme, qui conduit son entreprise comme une voiture de course (sa passion !) est en quête perpétuelle de développement. Il vient de réaménager les 30 000 m² de son terrain, dont « seulement » 7 000 m² étaient exploités, en agrandissant son atelier PL de 2 300 m². Ses objectifs : s'appuyer sur le PL comme moteur pour développer toutes les activités annexes autour de sa spécialité carrosserie ; offrir une prestation globale à ses principaux clients (gestionnaires de flottes) tout en améliorant les conditions de travail de ses salariés qu'il manage en patriarche. Il a choisi SIKKENS il y a 2 ans pour l'accompagner dans son développement et optimiser le traitement des 25 véhicules en moyenne par semaine.**

## PL : agrandissement de l'activité pilote

***C&V : Pourquoi avez-vous consacré vos efforts d'agrandissement sur l'espace PL ?***

**Max Preudhomme :** Pour les camions, on ne prévoit jamais assez grand et même si nous nous diversifions, l'activité PL est la partie historique et la plus visible de notre savoir-faire. Nous voulons faire de l'activité PL une vitrine avec l'agrandissement de l'atelier, des bureaux, de la façade, l'accueil et le hall d'exposition. L'investissement total représente 2,2 M€ dont 1 M€ dans l'aménagement de l'atelier, 1 M€ dans l'équipement et 200 K€ dans la masse salariale. Nous avons déjà amorti une part de notre investissement en ayant très largement amélioré notre rendement avec la réduction du temps de circulation des véhicules de 3 h à 30 min par jour et un gain de productivité de 20% sur les prestations. Cette optimisation s'est rapidement fait sentir sur les résultats de l'activité avec un chiffre d'affaires de 9 M€ HT à fin mars.

***C&V : Quels sont vos avantages concurrentiels ?***

**M.P. :** Nous nous positionnons comme la « haute couture du poids lourd », capables de répondre à toutes les demandes spécifiques de construction, y compris les châssis (norme UTAC + ISO 9001 donnant la possibilité d'immatriculer). Nous pouvons autant faire du standard que du sur-mesure. Par ailleurs, en cas de sinistre, nous prenons en charge la totalité du dossier, du dépannage jusqu'à la remise du véhicule réparé, propre et, selon les cas, prêtons ou louons des PL (2 tracteurs routiers, 1 porteur, 3 bennes, 4 fourgons).

***C&V : Dans quelle mesure SIKKENS contribue à l'évolution de votre activité ?***

**M.P. :** Entre la marque SIKKENS et la Carrosserie Preudhomme, c'est d'abord une affaire de proximité, puis une histoire d'hommes scellée par le savoir-faire de Pascal Briard et Laurent Poisson de l'équipe SIKKENS. La qualité des produits Autocoat BT a fait le reste : rendu exceptionnel, économie de matière, gain de productivité, respect de l'environnement.

## Diversification : ne pas avoir les 4 roues dans le même sabot !

***C&V : Ces dernières années, conséquence de la diminution du nombre de sinistres, le marché s'est durci. Quel en est l'impact sur votre activité ?***

**M.P. :** Si le nombre d'accidents de la route diminue c'est parce que les véhicules sont plus sûrs et mieux entretenus. C'est précisément à ce niveau-là que nous faisons valoir notre savoir-faire. Notre renommée est fortement ancrée dans les ports de la région, avec une spécialité reconnue sur les parties vitrées et nous travaillons aujourd'hui presque exclusivement pour les flottes, notamment sur l'entretien. En outre, entre la vente et l'après-vente de VL, PL et VUL, notre assiette d'activité est assez large pour nous mettre à l'abri d'un aléa du marché. Nos 20 véhicules de remplacement sont toujours dehors, signe d'un bon flux d'activité.

***C&V : Quel est votre carburant pour aller toujours de l'avant ?***

**M.P. :** Les clients attendent d'une entreprise qu'elle innove et moi j'aime développer de nouveaux projets. Depuis janvier 2009, nous nous sommes lancés dans la location, puis dans la restauration de véhicules anciens et dernièrement, je suis devenu agent officiel Renault Sport pour capter une clientèle de passionnés. Ces nouvelles prestations stimulent l'ensemble des activités, valorisent notre expertise et nous permettent de partager avec nos clients une passion commune : belles carrosseries et compétition automobile.

***C&V : Une grande part de votre succès repose sur la qualité et la fidélité de vos équipes. Pourtant, beaucoup de carrosseries ont du mal à trouver de bons professionnels, comment procédez-vous ?***

**M.P. :** Notre réputation et notre mode de fonctionnement sont connus dans la région. Grâce au bouche à oreille, la carrosserie dispose d'un vivier permanent de demandeurs d'emploi et n'a pas de problème de recrutement. Et vu que nous prenons en charge la formation de nos recrues, nous n'avons pas de problème de qualification.

## Politique salariale : un management humainement intelligent !

***C&V : Est-ce que le paternalisme qui vous caractérise à l'égard de vos salariés fait partie du secret de votre réussite ?***

**M.P. :** Pour réussir ce qu'on entreprend, il faut pouvoir compter sur ses collaborateurs comme sur soi-même. Il est donc important de respecter et de récompenser le travail bien fait. Pour ma part, j'ai toujours travaillé en famille. D'abord avec mon père et aujourd'hui avec ma sœur, ma fille, mon beau-frère et mon amie. L'entreprise est pour moi une continuité familiale. Même si l'affectif est important, le contrat est clair : il faut savoir donner à la hauteur de ce qu'on reçoit.

***C&V : Justement, comment définiriez-vous votre politique salariale ?***

**M.P. :** Un échange de bons procédés. Je fais en sorte que mon équipe soit soudée, que les compétences et le travail fourni de chacun soient reconnus, que les conditions de travail soient confortables et le niveau de rémunération, élevé. Mais en échange, j'attends que la qualité des prestations et l'entretien de l'atelier soient impeccables.

***C&V : Comment faites-vous pour fidéliser vos salariés et souder votre équipe ?***

**M.P. :** Il se dit qu'il est plus facile d'entrer chez Preudhomme que d'en partir ! J'y veille en établissant notamment des contrats de travail sur 5 ans assortis d'un plan de carrière. Les salariés s'engagent à rester et en contrepartie, ils bénéficient d'une formation continue équivalent à une année répartie sur la durée du contrat. Et pour souder l'équipe, nous organisons des événements pour que l'esprit de performance soit associé à l'esprit de solidarité.

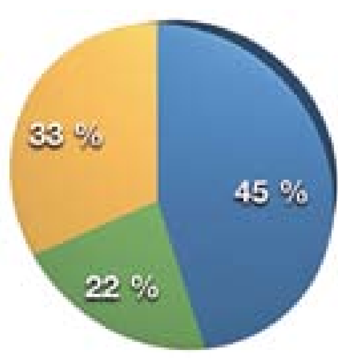
***C&V : Et comment parvenez-vous à stimuler les performances ?***

**M.P. :** La convivialité est un axe mais la logique de prime est aussi très stimulante. 2 fois par an, nous organisons un Challenge avec un voyage à la clé. Nous appliquons un système de notation individuel. Une dotation mensuelle de 100 points est attribuée à chacun sur laquelle des pénalités sont comptées si certains critères ne sont pas remplis (assiduité, heures vendues/heures achetées, satisfaction client, propreté de l'atelier, qualité des prestations, respect des délais). Les enjeux sont la participation aux événements internes et l'acquisition de primes. Egalement, si du temps a été gagné sur une intervention, 30% du gain sont rétrocédés au technicien. Avec cette politique de bonus, le salarié a la main sur sa rémunération qui peut atteindre des niveaux bien supérieurs à la moyenne. Mais l'argent n'est pas la seule motivation… Les fêtes de l'entreprise sont très prisées car nous faisons les choses en grand et les familles y sont conviées : banquets dans la carrosserie, inaugurations de plaques nominatives des postes de l'atelier dédiées aux salariés les plus anciens, voyages… comme récemment le déplacement en car au concert de Johnny Hallyday.



*Clémence Preudhomme, fille de Max, qui, avant d'intégrer l'entreprise en tant que commerciale, a remporté le titre de « Miss Seine-Maritime », puis celui de « Miss Haute-Normandie » pour être enfin couronnée « Miss Normandie » en 2006.*

### Répartition du CA de l'activité




### Equipement complet et réactualisé

En Poids Lourd, la Carrosserie Preudhomme est Distributeur (vente, entretien, réparation) de Palfinger, Chereau (+ réseau de maintenance), Gruau et Marrel

- Marbre PL acquis en 1989 et une nouvelle acquisition en décembre dernier
- 1 cabine de peinture pour les bennes
- 1 cabine pour les véhicules de taille moyenne
- 1 cabine pour les véhicules légers
- Nouvelle cabine de sablage avec récupération du sable après traitement (unique dans la région)
- 2 nouveaux ponts roulants pour levage des caisses et accessoires des grues et bennes


color&vous
Le magazine Sikkens d'AkzoNobel • N°9 Janvier 2010



# Service Clients : l'interface des distributeurs, clients PL et réseaux constructeurs

**Le Service Clients AkzoNobel Car Refinishes France gère les commandes de 65 distributeurs, soit plus de 4 000 commandes annuelles pour environ 120 000 lignes de commandes par an. Au centre de l'activité de l'entreprise et interface entre la plupart des services de la société, le Service Clients est en première ligne.**

Ici rien ne se fabrique, rien ne s'élabore, rien ne se vend, mais tout est fait pour satisfaire les demandes des clients. *« On fait en sorte que ce qui a été conçu dans les laboratoires et vendu par les commerciaux, arrive au bon endroit dans les bons délais et que la facturation corresponde précisément aux bonnes conditions d'achat »* explique **Pascale Matecat**, Responsable du service. Quand le Service Expédition s'occupe des commandes passées, la Production, le Marketing et la Vente des commandes futures, le Service Clients, lui, s'occupe des commandes au présent.

## Gestion des commandes

Le Service Clients est une zone de centralisation des commandes émises par les distributeurs et clients directs en Poids Lourd. Il les reçoit, les enregistre avant de les transmettre au Centre de Distribution du groupe basé aux Pays-Bas pour que les produits soient expédiés. Il assure le suivi des commandes jusqu'à leur réception chez les distributeurs. Toutes les données liées à la facturation et à la gestion administrative sont gérées via le logiciel de gestion commercial SAP.

## Une équipe de liaison

A Montataire, quatre personnes sont affectées au Service Clients. Toutes sont bilingues anglais car en relation régulière avec la maison mère néerlandaise. *« Courroie de transmission entre la vente et la livraison, nous faisons avant tout un métier de contact. Sans tomber dans le poncif le client est roi, c'est à nous que revient la responsabilité de satisfaire nos clients et de faire le nécessaire pour tenir les engagements de notre force de vente »* **Pascale Matecat**, qui veille à entretenir l'esprit d'équipe et la réactivité du service.

Panachée d'un tempérament « haut en couleur » et d'implication sans faille, Pascale Matecat coordonne le travail de ses trois collaboratrices, chacune assignée à une mission précise.

**Peggy Chilayee**, qui maîtrise depuis plusieurs années les différents aspects du métier, traite actuellement les commandes liées aux matériels de colorimétrie et outils de communication acoat selected®. Elle a également en charge la gestion et la mise à jour de la base de données des produits, tarifs et clients.

**Laetitia Le Bozec** est dédiée aux commandes peintures des distributeurs et clients en Poids Lourd. Elle recense et regroupe les commandes reçues par fax et e-mail avant de les transférer par EDI (système de commandes électroniques) aux Pays-Bas où elles sont préparées, emballées et expédiées.

Une troisième personne a été très récemment recrutée pour la coordination et la facturation centralisée « constructeurs ». Elle est également chargée de la gestion de la base de données produits, tarifs et référencements dans ce domaine.

*« Quelque part, nous sommes les gendarmettes qui veillons à la bonne circulation des produits et des informations ! ».*

## S'imprégner du métier des clients pour mieux les servir

L'expérience de la distribution intégrée au sein d'AkzoNobel Car Refinishes a été très enrichissante pour le Service Clients. *« Nous avons pu approcher de l'intérieur l'activité de nos clients, comprendre leur mode de fonctionnement et mieux appréhender les contraintes du métier de distributeur. Depuis cette expérience, notre façon de travailler a évolué et nous sommes plus à même de répondre avec justesse aux attentes de nos clients de la distribution indépendante »*, **Peggy Chilayee**. *« Je crois qu'à tous les niveaux, pour améliorer l'efficacité de notre travail, nous aurions tous intérêt à nous immerger régulièrement dans les services de nos principaux interlocuteurs »*, **Pascale Matecat**.

## Le Service Clients… quelle perspective ?

Comme dans beaucoup de secteurs marchands, Internet s'immisce de plus en plus dans les relations commerciales… est-ce le signe de la disparition du facteur humain ? L'enjeu du XXIe siècle est de trouver un équilibre en cultivant la complémentarité pour que l'informatique reste dans sa mission d'aider l'homme plutôt que de le cannibaliser. *« Bientôt les distributeurs passeront directement commande via Internet (E-sales) et pourront visualiser un récapitulatif de leur panier avant de le valider. Alors si on ne veut pas disparaître, on doit mettre en avant nos plus-values humaines et conviviales par rapport à l'environnement informatique ! ».*

Une sonnerie de téléphone, de fax, puis une alerte mail avec leur lot de commandes à gérer accaparent de nouveau l'équipe... Des voitures à peindre sont entrées en cabine, il faut livrer !





# La formation pour... rester dans la course !

**Nouvelles réglementations et normes environnementales, évolution du marché et du métier, durcissement économique, nouvelles règles commerciales… la formation devient stratégique, voire un gage de pérennité. AkzoNobel Car Refinishes tient compte des besoins et des contraintes des ateliers de réparation carrosserie et, sur fond d'innovation technologique, délivre les règles essentielles pour optimiser productivité et rentabilité. 3 types de stages, 14 modules, des sessions régionales et en centre de formation sont proposés aux distributeurs, carrossiers et techniciens, assortis de conseils pour le financement.**



*Florence Eustache, Responsable technique et formation*

Les stages de formation visent à actualiser les connaissances, renforcer les compétences, approfondir le savoir-faire et optimiser les performances commerciales. Pour placer ses clients parmi les meilleurs, SIKKENS partage son avance technologique et son expertise. Les méthodes et outils de formation ont été pensés pour faire de la mutation du métier de « carrossier réparateur » un tremplin pour le développement de leur activité. *« Notre métier doit suivre les évolutions techniques et technologiques, comprendre et s'adapter aux attentes du marché et des apporteurs d'affaires, autant en matière de services que de produits »* résume **Florence Eustache, Responsable technique et formation**, dont l'une des principales missions est de renforcer le pôle formation.

## Décentralisation de la formation

Un élan corporatiste a vu le jour pour soutenir l'indispensable formation continue du personnel technique dont l'absence prolongée peut désorganiser l'atelier. En région, SIKKENS s'appuie sur un réseau de partenaires parmi les distributeurs et fabricants de matériel. Des stages sont organisés à Niort chez le distributeur SODIP depuis 2006 et chez STPA à Toulouse depuis cette année. En 2010, Rigal Peinture à Nancy et Toledif à Tours ouvriront également leurs portes aux stagiaires. En attendant une généralisation de la mobilisation de ses partenaires pour assurer une couverture nationale, SIKKENS s'est adjoint l'infrastructure des centres du GNFA.

## 3 types de stage, 14 modules

3 types de stage ventilés en 14 modules sont disponibles. Au sein de chaque stage, les modules sont adaptés, évolutifs et assortis de conseils personnalisés pour une réparation « invisible ».

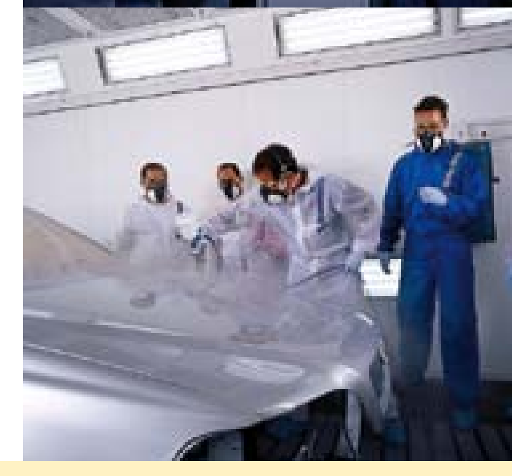
- **Stage de découverte (3 modules) :** connaissance générale de la peinture et vue globale des gammes de peinture AkzoNobel destinées à la réparation carrosserie
- **Stage de perfectionnement (6 modules) :** connaissance approfondie du métier de la carrosserie et maîtrise des techniques d'application et des systèmes
- **Stage de gestion d'atelier (5 modules) :** optimisation de la rentabilité de l'atelier et connaissance des dernières législations et règles de sécurité

Les stages sont déclinés selon des critères liés aux produits, aux supports (VL ou PL, préparation des surfaces, tôles, plastique…) et aux services (optimisation de l'activité atelier, force de vente pour La station carrosserie®...).

## Hit Parade des stages

En 2009, AkzoNobel Car Refinishes a reçu environ 300 stagiaires. Les besoins identifiés tournent autour de la découverte des produits, en particulier des nouvelles technologies, des outils et techniques de colorimétrie, de toutes les procédures qui peuvent améliorer les performances de la carrosserie. Le stage de mise en peinture professionnelle avec application et techniques de raccord arrive en tête des formations les plus demandées. Viennent ensuite les stages dédiés à la colorimétrie (incluant l'utilisation du spectrophotomètre Automatchic 3) et ceux tournés vers les innovations, en particulier le vernis UV.



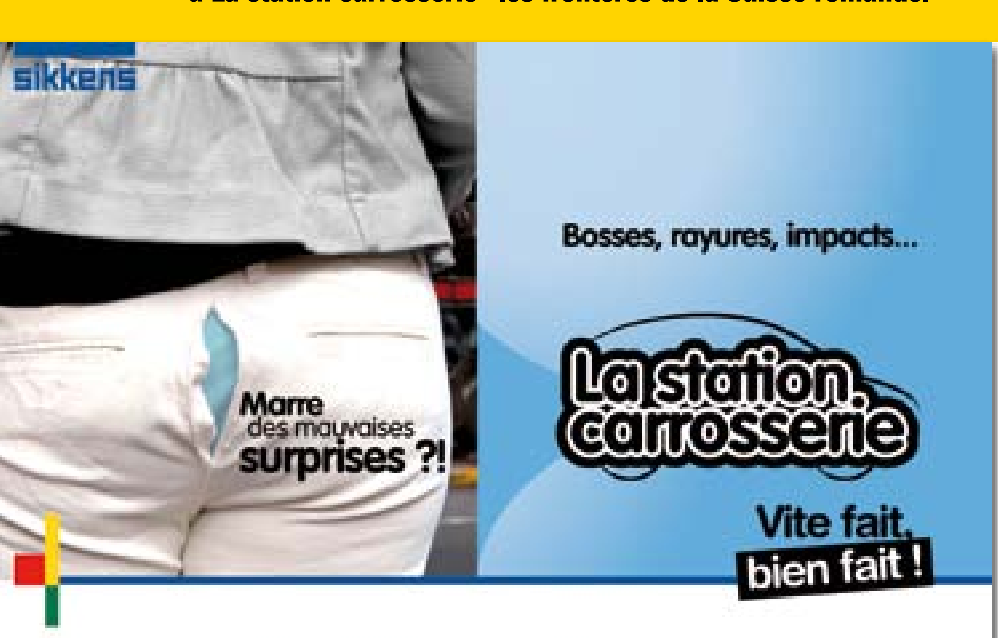


## Comment faire financer sa formation ?

Avant le début de la formation, l'entreprise doit contacter l'organisme de formation (ANFA, AGEPOS…) où sont versées les cotisations afin d'obtenir un imprimé de demande de prise en charge. L'entreprise lui retourne cette demande dûment complétée avec le programme du stage envisagé et le N° de déclaration d'existence. L'organisme de formation établit et transmet une notification de prise en charge à l'entreprise et une fiche d'inscription au stage qu'elle devra remplir et adresser au Centre de Formation AkzoNobel Car Refinishes. L'entreprise peut, dans certains cas, bénéficier d'une prise en charge, totale ou partielle, des frais de transports et d'hébergement par l'organisme auquel l'entreprise cotise.

# SIKKENS relooke La station carrosserie®

**Deux ans après son lancement et une centaine d'adhérents en France, SIKKENS a lancé une nouvelle campagne de communication sur La station carrosserie®, son concept de carrosserie rapide. Les clients de la marque se positionnent en leader avec une prestation de services clef en main et économiquement adaptée, génératrice de profit et de satisfaction des automobilistes. Le succès de cette nouvelle campagne fait franchir à La station carrosserie® les frontères de la Suisse romande.**







Avec une série de 4 visuels colorés, *pêchus*, *dans le mouv*, inspirés par des « grands moments de solitude » connus de tout un chacun, la nouvelle campagne de communication de La station carrosserie® est volontairement abordée sous l'angle du *buzz*. Les maladresses au volant font partie de la vie de tous les jours. Oups ! une bosse, une rayure, un impact sur le véhicule... SIKKENS dédramatise et s'en amuse comme d'une déchirure, d'une tâche ou d'un accroc sur un vêtement. Prenant à contre-pied le pessimisme ambiant en cette période de crise, l'audace du ton est vécu comme un bol d'air, mais aussi comme un rappel à la réalité : un incident n'est pas un accident, une rayure n'est pas une cicatrice ! Il existe des remèdes simples aux petites contrariétés. Vite fait, bien fait, La station carrosserie® répare bosses et éraflures à moindre coût.

## Marre des mauvaises surprises ?!

Sans parler d'empathie, la marque joue sur la connivence avec l'automobiliste en surfant habilement sur le cliché du garagiste un peu filou tirant profit de l'ignorance technique de ses clients. SIKKENS comprend la volonté de l'automobiliste qui veut préserver la beauté de son véhicule, le protéger de la corrosion ou en tirer le meilleur profit lors de sa cession, et le faire réparer sans y laisser sa chemise. Car « y en a marre des mauvaises surprises ! ». D'où l'idée de La station carrosserie® avec ses forfaits explicites qui donnent avec précision le prix des réparations hors assurance. Pour les réparations hors forfaits, un devis détaillé de la nature des interventions est établi. Aucune mauvaise surprise n'est possible car les tarifs sont préalablement annoncés. « *L'offre de services est destinée à satisfaire une demande multimarque et le concept s'adresse à tous les carrossiers. Actuellement, 40% d'indépendants et 60% issus de l'après-vente constructeur déploient La station carrosserie®.* », **Bruno Pourret**, Responsable Services.

## La station carrosserie® en 5 étapes pour le carrossier

- **Audit :** étude des besoins en matériel ; formation ; argumentaire technique et marketing
- **Outils :** logiciels exclusifs pour réaliser et imprimer un devis ; pour analyser les ventes
- **Produits :** gamme de produits adaptée à la réparation rapide
- **Communication :** kit avec affiches, brochures et totems
- **Forfaits :** 5 formules forfaitisées pour les petites réparations (rayures, bosses, fissures, impacts…) et calcul automatique d'un devis pour les travaux hors forfaits

## Les carrossiers témoignent

**Parmi les gagnants du Challenge interne sur la valorisation de La station carrosserie® auprès de la clientèle, Noël Atlani, gérant de Renov Auto Atlani, et Joseph Petrizzelli, réceptionnaire à la Carrosserie Giraud, témoignent de l'impact du concept sur leur activité.**

***C&V : Avez-vous de meilleures retombées commerciales avec cette nouvelle campagne ?***

**Noël Atlani :** Dans notre région, les clients font peu de réparations hors assurance et rien ne remplace le geste commercial pour fidéliser. Nous travaillons avec SIKKENS depuis 20 ans et suivons quand nous le pouvons ses initiatives car, avec SIKKENS, on est en phase. Cette campagne a déjà le mérite de mettre de bonne humeur !

***C&V : Pourquoi avez-vous souscrit à La station carrosserie® ?***

**Joseph Petrizzelli :** La campagne nous permet d'afficher la couleur sur notre savoir-faire hors assurance car beaucoup d'automobilistes pensent que nous ne travaillons plus en dehors des contrats d'assurances. La station carrosserie® et ses forfaits clarifient la situation. En plus, le logiciel pour faire les devis est très rapide, en 5 minutes, c'est fait.

***C&V : Comment la nouvelle campagne est-elle perçue ?***

**Joseph Petrizzelli :** Cette campagne interpelle plus que la précédente. Dans une carrosserie, les totems et les visuels contrastent. Nous avons d'ailleurs un peu plus de retombées, mais il est difficile de dire si le mérite revient plus aux visuels qu'aux forfaits ou qu'à notre accompagnement commercial. Une chose est sûre, cette campagne est un bon support commercial. Hors assurance, notre CA mensuel varie de 6 à 9 000 € HT et environ la moitié entre dans le cadre des forfaits.



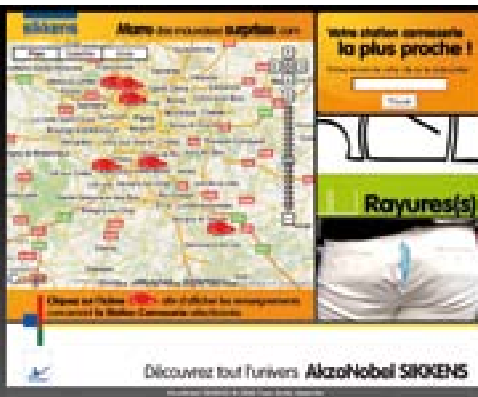








*Pour les carrosseries équipées de l'ancienne campagne, un nouveau kit leur a été fourni gracieusement*




*Sur le site, les automobilistes trouvent rapidement le réparateur le plus proche à l'aide d'un outil de géolocalisation*

## Voyage au Pays-Bas

# La bonne formule plébiscitée par les carrossiers



**« Destination Pays-Bas », berceau d'AkzoNobel, pour les carrossiers acoat selected® en novembre dernier… Profitant de la dimension internationale de leur enseigne, 1er réseau européen avec 1 600 carrossiers indépendants, ils ont saisi l'opportunité de rencontrer leurs homologues étrangers et de « chiner » les meilleures pratiques. Plus de 80 personnes ont participé au voyage, attirées par les perspectives d'échanges et de convivialité. Tous sont revenus enthousiastes de leur séjour en plébiscitant un bis. Au programme, visite d'usine, bilan stratégique du réseau acoat selected® européen, avant-premières technologiques, rencontre avec des carrossiers hollandais, découverte d'Amsterdam et de quelques uns de ses trésors… Compte-rendu en images...**

**Retrouver l'intégralité du reportage photos sur le site internet : www.fojumo.com/acoat**

## Innovations et marché hollandais à l'étude

**Stratégie, innovations à venir, production, application… les visiteurs français se sont immergés dans l'univers de la carrosserie à la sauce hollandaise... Délicieux !**

### Visite d'usine et démonstration au centre de formation…

Au menu, les festivités ont commencé par une visite d'usine et du centre de formation du groupe. En avant-première, les carrossiers ont assisté à la démonstration de deux innovations qui conjuguent productivité et rentabilité.

Côté produit, le nouvel apprêt Autosurfacer UV, dont le lancement en France est prévu dans quelques mois, est particulièrement adapté aux petites réparations, devenues l'essentiel de l'activité carrosserie. Mono-composant et très garnissant, il s'applique en deux couches, est ponçable après seulement 5 minutes d'exposition aux UV et peut rester dans le pistolet pour une utilisation tout au long de la journée.

Côté équipement, SIKKENS complète sa gamme de lampe UV avec le révolutionnaire UV Led Gun. Innovant, exclusif et économique en énergie, le pistolet breveté AkzoNobel révolutionne les techniques d'application en permettant, pour la première fois au monde, de sécher un produit en même temps qu'il est appliqué. Son lancement courant 2010 sur le marché français élargira l'utilisation du vernis UV et en même temps son club de fans.



*Visite d'usine… sous condition d'endosser l'équipement de sécurité !*

*Petite pause déjeuner dans un espace réservé du restaurant de l'entreprise*

*Frédéric Foriot, distributeur P.I.C. à Pau, Paul Serra, du distributeur 2SC à Toulouse et Fabrice Bertaoïa, Carrosserie FB à Toulouse*

*Visiblement, Lilian De Souza (Carrosserie De Souza à Toulouse) découvre avec enchantement le révolutionnaire UV Led Gun !*

*Jean Papachryssanthou, Directeur Technique EMEA, a prouvé la rapidité de séchage du nouvel apprêt Autosurfacer UV*

*C'est donc vrai. 5 minutes seulement après l'exposition aux UV, Pieter Langenhof, formateur, a pu poncer la pièce*

### Rencontre stratégique avec les dirigeants du groupe…

A l'instar de l'innovation qui fait la réputation du groupe, la stratégie européenne acoat selected® a été dévoilée aux participants qui ont notamment mesuré le poids international du réseau dans l'application de sa stratégie d'apporteurs d'affaires.

Car même si les marchés évoluent différemment d'un pays à l'autre, les principaux enjeux sont communs à tous les carrossiers : s'organiser pour traiter des volumes, maîtriser le coût de réparation tout en garantissant un haut niveau de qualité de services.



*Marc Spekreijse, Directeur AkzoNobel Car Refinishes Pays-Bas, et Vincent Vallin, Directeur Stratégie EMEA, se sont succédés à la tribune pour décrire le marché hollandais, expliquer la politique européenne du groupe et les perspectives d'avenir du réseau*

### Echanges avec les homologues hollandais dans leur carrosserie

Le parallèle avec le marché et le réseau hollandais a été jugé enrichissant par ses différences, rassurant par son niveau exemplaire comparé à celui de la France, voire annonciateur de certaines évolutions… *« Je pense que la France a comblé son retard sur la Hollande, même si cette dernière a encore une petite longueur d'avance… J'ai noté au passage quelques idées quant à l'organisation de la réception, du planning et du stockage. Quelques constats m'ont également mis en alerte : le peu d'expertises effectuées sur le terrain et le système de coût moyen de réparation mis en place par certains assureurs, contrairement au nôtre basé sur le taux horaires. Ce procédé pourrait prochainement gagner l'hexagone… Il semble opportun de s'y préparer dès à présent »*, **Daniel Ligier**, Carrossier.




*1 745 carrossiers réparateurs (82% indépendants, 18% concessions) se partagent un marché de 1,1 million de sinistres carrosserie (parc de 6,75 millions de véhicules avec un taux d'accidentologie de 16%)*

*« Les carrosseries hollandaises, réputées fer de lance technologique, sont effectivement propres et bien gérées mais les carrosseries acoat selected® françaises n'ont pas à rougir », Stéphane Lalande, Carrosserie Lalande*

*Le réseau hollandais regroupe 120 carrosseries parmi les plus importantes du marché. Le CA moyen est de 1,5 M€ (60% du réseau a un CA > 1 M€) alors que la moyenne du marché se situe à 650 K€*



*Les quelques mots de hollandais appris par Noël Atlani à bord du Thallys ont-ils été suffisants ?…*

*Avec une traductrice, c'est quand même plus clair ! Mais quelle que soit la langue, certains chiffres restent éloquents : 60% du volume d'activité est réalisé par seulement 27% des carrosseries néerlandaises…*

*Depuis 40 ans aux Pays-Bas, le réseau suit les axes stratégiques selon les besoins du marché : gestion d'entreprise dans les années 80 ; marketing local et service (années 90); développement du business dans (années 2000 ); retour au process de réparation (années 2010)*



## Temps forts des temps libres

L'alternance est un moyen éprouvé en formation mais en voyage d'étude aussi ! Le juste équilibre entre travail et détente a fait l'unanimité car au-delà de l'intérêt professionnel et touristique, les voyages collectifs forment les réseaux ! *« Le voyage a été une très bonne occasion de rencontrer d'autres adhérents et de mieux apprendre à connaître l'équipe d'acoat selected® qui s'est montrée très pro et performante dans l'organisation du séjour, aussi riche professionnellement que personnellement »*. **Christophe Ebel** - Carrosserie ACK.

C'est vrai qu'aucun détail n'a été négligé pour que chaque participant soit satisfait. Notamment, les conjointes qui le désiraient ont pu bénéficier d'un programme alternatif incluant thalasso, shopping et visite du musée Van Gogh.

*« L'ambiance du séjour était très bonne, l'équipe d'AkzoNobel était parfaite et nous étions tous ravis de nous retrouver. J'ai eu entre autres la confirmation que les carrossiers de notre réseau faisaient preuve de beaucoup de curiosité et d'ouverture d'esprit… »*, **Daniel Ligier**.

Les moments de loisirs ont été des occasions privilégiées d'échanges et ont largement contribué à la convivialité de l'ambiance, propice à renforcer des liens durables entre les carrossiers, les distributeurs et l'équipe acoat selected® au grand complet.



*Corinne et Philippe Salvat (Carrosserie Salvat), Sébastien Antoinet, Business Consultant et Patrick Guillon (Carrosserie Guillon) avec Esther Hafenscher, Responsable Marketing*

*Le dîner a été animé par le Magicien Ronald Moray. Champion des Pays-Bas du close up, il a également officié lors de la soirée de mariage du Prince dauphin néerlandais Willem Alexander !*

*Photo de groupe sur le DAM, place la plus connue des Pays-Bas, centre commercial et touristique d'Amsterdam*

*Visite de l'usine Gassan Diamonds et explication sur les différentes qualités de diamants et leurs valeurs*

*Il s'agissait de ne pas se tromper… parmi toutes les coupes de champagne garnies d'un zirconium, deux d'entre elles contenaient un vrai diamant*

*Le premier diamant était dans la flûte de Michèle Ligier « Et le jour de son anniversaire ! », se réjouit son époux. Quant au 2e diamant le sourire radieux de Louisa Goncalves donne un indice…*

*L'incontournable d'Amsterdam, la balade en péniche (privative pour l'occasion) sur les canaux*

*Visite du plus grand musée Ford du monde, qui concentre, sur 5 000 m², une collection de 200 modèles de 1903 à 1949*




*Parmi les trésors que recèle le musée, l'ancêtre du logo SIKKENS duquel a été tiré le logo acoat selected®*

*Bruno Pourret, Directeur réseau, tenait à rendre hommage à la Louis Ianello de la Carrosserie Giraud qui, écolo, prête des vélos !…*

*Après Walt Disney, John Wayne, Gary Cooper, Bruce Springsteen… les voyageurs acoat selected® ont dîné au fameux restaurant Vijff Vlieghen*

*Ses canaux, ses vélos… Amsterdam, quoi !*

*« Pour qu'il soit fort et performant, qu'il affirme son unité et sa fiabilité, un réseau doit pouvoir se réunir régulièrement autour de valeurs communes. Pour nous, adhérents, ces rencontres encouragent le partage de connaissances et d'expériences. Elles nous aident à évoluer pour mieux faire face aux mutations du marché et à développer notre dimension de partenaires auprès des donneurs d'ordre. En cela, le voyage acoat selected® était une réussite et m'a replongé dans l'ambiance des fameux voyages Cap Couleur SIKKENS. Sortir de son contexte habituel consolide les bases de notre réseau et renforce l'esprit corporatiste »*, **Hubert Epiard,** Carrosserie Epiard.

# La Marne reprend le taxi de la croissance…

**En dépit d'une stabilisation de la croissance depuis quelques mois, l'activité des carrosseries de la Marne n'a pas encore atteint un rythme de croisière satisfaisant. Pour retrouver le niveau de rentabilité que les ateliers ont connu il y a une décennie, carrossiers et distributeurs mettent en place de nouvelles stratégies commerciales et améliorent les performances de leurs installations. Clients du distributeur B2C dirigé par Philippe Richard, trois carrosseries implantées dans la Marne, aux orientations très différentes, nous livrent leurs plans de bataille...**

Rencontre avec un carrossier acoat selected®

## Carrosserie du Quai de la Marne

**Pour faire face à la mutation du marché et à la concurrence, les carrossiers ne peuvent plus se contenter d'attendre que le travail vienne à eux, ils doivent aller le débusquer là où il se trouve. Avelino Ferreira, dirigeant de la Carrosserie du Quai de la Marne à Epernay, a pris pleinement conscience de la nécessité d'agir et d'y associer une démarche de réseau pour s'entourer de compétences complémentaires. Le premier bilan de son adhésion à acoat selected® est plutôt positif. Suite au rachat des murs de sa carrosserie, Avelino Ferreira, en suivant les conseils des consultants du réseau, a agrandi ses locaux, rénové son atelier, fait son transfert à la peinture à l'eau avec SIKKENS et doublé son chiffre d'affaires en 1 an. La carrosserie du Quai de la Marne tourne actuellement à 80% en réparation VL (10 à 15 véhicules/semaine) et à 20% en réparation PL.**



***C&V : Quelles ont été vos principales motivations pour intégrer un réseau ?***

**Avelino Ferreira :** Les automobilistes ont de plus en plus tendance à suivre les prescriptions de leur assureur pour les prestations de réparation collision et l'adhésion à un réseau facilite l'obtention des agréments. J'avais besoin d'un partenaire pour me donner les moyens d'évoluer avec mon marché en termes de conseil en gestion et d'apport de clientèle. Les démarches commerciales ne font pas partie de notre savoir-faire professionnel. Il est donc très important pour nous carrossiers de pouvoir nous appuyer sur des compétences extérieures.

***C&V : Comment votre choix s'est-il porté sur acoat selected® ?***

**A.F. :** L'offre du réseau correspondait parfaitement à ce que je recherchais. De plus, l'équipe terrain est très présente et très réactive. Elle maîtrise le relationnel avec les apporteurs d'affaires, notamment les assureurs, et, connaissant bien notre métier, elle est de bon conseil au quotidien. Les améliorations apportées se sont vite traduites en résultats.

***C&V : Pouvez-vous nous donner quelques exemples de changements marquants ?***

**A.F. :** Côté clientèle, nous avons amélioré l'accueil en aménageant un espace avec sièges, boissons et magazines pour faire patienter agréablement. J'ai recruté une nouvelle secrétaire très avenante qui gère l'accueil et m'assiste dans la gestion des nouveaux dossiers. Nous avons également rénové la façade et l'atelier pour donner une image plus professionnelle et qualitative de notre activité. Par la mise en place de plusieurs petites attentions comme la pose de housses de protection sur les sièges, nous avons réussi à matérialiser le respect que nous accordons au véhicule de nos clients. Nombreux ont d'ailleurs retourné le questionnaire de satisfaction, 95% d'entre eux se disant très satisfaits de nos prestations. Comme quoi, la qualité perçue par le client est essentielle pour consolider et développer notre activité.

Côté gestion, nous avons amélioré l'organisation de l'atelier et remotivé le personnel technique en le responsabilisant sur la qualité du travail. Ma présence renforcée dans l'atelier pour encadrer mon équipe et superviser la qualité des travaux a largement contribué à la réussite de ce changement. Avec ce nouveau mode de management, je suis gagnant sur tous les plans car je renoue avec le plaisir de travailler à l'atelier, ce que la partie administrative m'avait un peu enlevé.

***C&V : Quelle politique salariale appliquez-vous pour motiver votre équipe ?***

**A.F. :** Je reste fidèle à l'esprit de la Carrosserie Lecoq où j'ai fait mes débuts et m'en inspire beaucoup. J'y ai appris le travail d'orfèvre, le sens de la qualité dans l'esprit « blouse blanche » et la passion à travers la rénovation de véhicules anciens. La gestion de la qualité et le respect des délais sont indissociables de l'amélioration des conditions de travail. Mon équipe n'a pas tout de suite compris ce que je voulais mettre en place et ma présence dans l'atelier m'a permis de sensibiliser et responsabiliser sur la baisse d'activité. Chacun s'est peu à peu mobilisé avec au bout la perspective d'être intéressé sur les performances de l'activité, garantes du maintien de son poste et de la hausse de son salaire. Nous avons mis en place un système de primes sur le ratio heures vendues/heures achetées et sur l'entretien de l'outil de travail. L'évolution des comportements a été manifeste en l'espace de 4/5 mois. Maintenant, nous organisons régulièrement des réunions pour faire le point sur l'activité et travailler sur les axes d'amélioration. J'implique également le personnel sur notre appartenance au réseau et son impact sur notre activité en les informant. Une charte qualité est affichée à plusieurs endroits de l'atelier pour que la notion de satisfaction du client soit omniprésente. L'idée est de progresser ensemble en partant du principe que chaque client a droit au même niveau de qualité de service, quelle que soit la taille ou la marque de sa voiture.

***C&V : Est-ce que votre passage à l'eau avec SIKKENS a bouleversé vos méthodes de travail ?***

**A.F. :** Honnêtement, les outils informatiques fournis avec cette nouvelle technologie m'ont impressionné. Mais très vite, nous nous sommes adaptés car l'utilisation est simple. Et, si au départ le voile laiteux à l'application du vernis SIKKENS Autoclear WB a surpris les peintres, ils en ont vite perçu les avantages. La gamme hydro permet de réelles améliorations techniques et économiques avec une réduction des risques d'erreur grâce à l'assistance de la balance informatisée ; d'où l'économie de produit, le gain de temps, l'optimisation de la gestion des stocks. L'équipe technique est plus autonome et dispose d'un matériel pointu favorisant une meilleure gestion de l'atelier et un confort de travail. L'absence d'odeur de solvant est notamment très appréciable.

***C&V : Quels sont les services ajoutés que vous proposez à vos clients ?***

**A.F. :** Notre objectif est le sans faute avec 100% de clients satisfaits et notre disponibilité vis-à-vis des assureurs. Alors, nous développons aussi le Service à Domicile et avons renforcé de 3 véhicules neufs notre parc de Véhicules de Remplacement, soit 8 au total dont 2 VU et 1 automatique.

***C&V : Quels sont vos projets de développement ?***

**A.F. :** Appartenir à un réseau comme acoat selected® est très porteur. Je suis bien conseillé et me sens soutenu. Cela me donne de l'élan pour me lancer dans d'autres projets. D'une part, je souhaiterais développer mon activité PL car aucun




réparateur à Epernay ne répond à cette demande locale et j'ai plusieurs atouts. Notamment, je dispose d'une infrastructure adaptée et de bons contacts parmi les transporteurs et les forains. Par ailleurs, j'aimerais étendre mon activité VL avec l'éventuelle reprise d'une 2e carrosserie dans la région qui compte une quinzaine de personnes et un rendement de 200 à 300 véhicules par mois.



Rencontre avec un carrossier indépendant

## AutoMobile Réparation Carrosserie

**AMR Carrosserie est la belle histoire de trois jeunes professionnels de la réparation qui s'associent pour créer leur propre activité en juillet 2008. Ils reprennent une carrosserie bâtie en 1993 avec atelier en plate-forme, zones de stockage, accueil et parking en façade. Laurent Lemery (Carrossier), 40 ans, le Gestionnaire, Samuel Juan (Carrossier Peintre), 25 ans, le Chef d'atelier et Emmanuel Jourdain (Peintre Carrossier), 24 ans, le Responsable Carrosserie, représentent la nouvelle génération. Complémentaires, les trois associés ont trouvé un équilibre en occupant chacun une fonction selon ses propres compétences et avec un nombre de parts, une prise de risque et un niveau d'implication répartis à égalité. Après 15 mois d'activité, ils ont déjà amélioré de 25% le CA de leur carrosserie, sans y avoir encore appliqué leurs projets d'aménagement.**

***C&V : Quelle a été votre première démarche de chef d'entreprise ?***

**Laurent Lemery :** Nous avons investi dans l'équipement (marbre informatisé donnant la possibilité de recevoir les 4x4, utilitaires et VL toutes marques ; outillage de portage), mis aux normes l'ensemble du matériel racheté et fait l'acquisition de 6 Véhicules de Remplacement. Nous avons compartimenté les différentes activités de l'atelier avec un poste marbre, pare-brise, montage-démontage, aire de préparation et aire de lavage. Nous développons de nouvelles activités comme la climatisation pour laquelle Samuel a reçu une formation. Ainsi équipés, nous avons pu suivre notre axe de développement commercial, essentiellement tourné vers les apporteurs d'affaires, et obtenir de nouveaux agréments. Notre activité repose à 60% sur les assureurs, dont la MAAF et Groupama, et sur la gestion de plusieurs flottes régionales. Pour le reste, nous faisons de la sous-traitance pour des concessions du secteur.

***C&V : Quelle équipe avez-vous mis en place ?***

**Laurent Lemery :** Lors du rachat de l'activité, nous avons gardé les 3 carrossiers peintres. Le changement de propriétaire a impliqué pour eux un changement de marque de peinture, donc de leurs habitudes de travail. Dans cette transition, notre distributeur B2C nous a bien épaulé et l'adaptation s'est faite en douceur avec 1 semaine de formation sur site assurée par un conseiller technique B2C et 1 journée à Montataire dans le centre de formation d'AkzoNobel Car Refinishes.

Laurent Lemery, l'un des 3 associés de la carrosserie

***C&V : Que vous a apporté l'utilisation des produits SIKKENS ?***

**Emmanuel Jourdain :** SIKKENS nous apporte une meilleure colorimétrie avec des outils performants comme le spectrophotomètre Automatchic 3 qui nous est très utile et nous fait gagner beaucoup de temps. Nous sommes beaucoup plus autonomes


color&Vous
Le magazine Sikkens d'AkzoNobel • N°9 Janvier 2010



dans la recherche de teintes avec un appareil simple d'utilisation et ergonomique. Il apporte un réel confort de travail. Nous flashons systématiquement tous les véhicules pour avoir rapidement la bonne teinte. Dans plus de 90% des cas, le spectro trouve la bonne formule du premier coup. Avec d'autres technologies comme le vernis à l'eau, SIKKENS contribue à nous différencier de la concurrence. De plus, les caractéristiques des produits de la marque nous permettent de gagner en productivité.

***C&V : Quelle est la prochaine étape dans l'évolution de votre carrosserie ?***

**Laurent Lemery :** Aujourd'hui, nous sommes locataires et notre premier objectif 2010 est le rachat des murs. Nous pourrons ainsi investir dans le réaménagement des locaux pour améliorer la rentabilité et l'attrait de la carrosserie avec 6 aires de préparation, une façade rénovée pour afficher notre identité et nous différencier de la concurrence (dans le secteur de Châlons en Champagne, 6 carrosseries indépendantes et plusieurs concessions cohabitent), l'aménagement de la zone de parking, des rails de sécurité et la sécurisation des bâtiments.

Rencontre avec un concessionnaire

# Le groupe PWA

**Le groupe PWA, dirigé par Philippe Walker, regroupe 4 concessions dans la région de Reims et les Ardennes dont 3 travaillent en SIKKENS. Leur proximité et leur complémentarité leur permettent de fonctionner ensemble. À Memmie près de Reims, un seul atelier de carrosserie, intégré à la concession Citroën, assure également les prestations de la 2e concession installée sur le site, qui elle est multimarque. L'équilibre des charges et l'optimisation de l'équipement sont assurés par le transfert des véhicules à réparer et du personnel selon le volume d'activité. Philippe Walker a confié l'activité carrosserie du site de Memmie à Christophe Kremer, Responsable Commercial et Réceptionnaire, qui a placé l'atelier parmi les plus productifs du réseau Citroën.**

***C&V : Le rendement de votre atelier dépasse les 100% de rentabilité (ratio heures vendues/heures achetées). Quel est votre secret ?***

**Philippe Walker :** Nous devons ces résultats à nos deux peintres carrossiers et à Christophe Kremer qui sait optimiser la gestion de notre atelier. Notre productivité est donc directement liée à la compétence, la complémentarité et l'osmose de cette équipe qui fait tourner au maximum de leurs capacités notre cabine de peinture et les deux aires de préparation, avec une moyenne de 10 à 15 véhicules/semaine.

***C&V : Que représente l'activité carrosserie dans vos résultats ?***

**Philippe Walker :** Avec un volume de 1 000 véhicules par an, la vente (40 M€) constitue l'essentiel du CA global mais la carrosserie est un élément très important de la rentabilité de l'entreprise. L'activité carrosserie représente 20% de la masse salariale du groupe et 40% de la rentabilité. Alors que la marge dégagée sur la vente d'un véhicule neuf est à peine de 1 à 2%, la marge en carrosserie, rapportée au coût de la main d'œuvre, s'élève à 20 ou 30%.

***C&V : Quel est le profil type des réparations réalisées dans votre atelier ?***

**Christophe Kremer :** Les petits chocs avant et arrière représentent les ¾ des réparations réalisées et la mise en peinture d'éléments vandalisés. Le remplacement de la caisse dans sa totalité est assez rare (2 fois par an en moyenne) et nous réparons autant que nous remplaçons les pièces, le choix étant guidé par les paramètres de productivité. Pour réduire les coûts moyens de réparation, les assureurs nous incitent à réparer, surtout pour les éléments plastique, mais je ne suis pas forcément convaincu.

***C&V : Quelle est la part du hors assurance et comment captez-vous la clientèle ?***

**Christophe Kremer :** La part des réparations hors assurance représente 40% de notre activité carrosserie, le reste provient des apporteurs d'affaires. L'activité hors assurance est essentiellement liée à des forfaits carrosserie, compris entre 99 et 300 € sur les éléments rayés réparés en raccord. Cette activité est surtout alimentée par notre département VO et par les clients de nos deux concessions (Citroën + Fiat/Alpha Roméo), soit environ 10 véhicules/mois. Egalement, avec ce service, nous arrivons à capter de nouveaux clients grâce au bouche à oreille qui fonctionne très bien. Les particuliers suivent notamment les recommandations des experts avec qui nous avons établi une relation de confiance et qui orientent les clients vers nos ateliers.



« Les produits à l'eau SIKKENS, que nous avons adopté il y a 5 ans, sont très performants et nous n'avons pas eu de mal à nous y adapter. J'apprécie également particulièrement le nouvel apprêt coloré, Colorbuild Plus, qui nous permet de réaliser facilement la teinte de notre choix et dont le pouvoir couvrant est immédiat, sans compter qu'il sèche plus vite que les anciennes générations d'apprêt », Patrice Gaillet, Carrossier Peintre aux côtés de Christophe Kremer

***C&V : 3 des 4 concessions PWA utilisent SIKKENS. Quels ont été vos critères de choix ?***

**Christophe Kremer :** Nous suivons avant tout l'avis de nos peintres qui détiennent les compétences techniques nécessaires pour apporter un jugement avisé et objectif. De plus, en tant qu'utilisateurs, il est primordial qu'ils les aient bien en main et nos peintres sont très satisfaits de la qualité colorimétrique et de la facilité d'application des produits SIKKENS. Ensuite, nous nous assurons du rendu et de la durabilité des réparations qui sont essentiels à la fidélisation. Le rapport qualité/prix et les opportunités de développement d'activité, telles que celles offertes par le vernis UV SIKKENS ou le concept de La station carrosserie®, sont des arguments qui parlent en faveur de la marque même s'ils ne sont pas déterminants.





# SIKKENS en pole position avec McLaren




***Rêve d'enfant, défi d'adulte, AkzoNobel Car Refinishes est fier d'avoir été officiellement choisi par MacLaren comme partenaire technique. Lors de la saison 2009, le groupe a suivi Lewis Hamilton, le champion du monde le plus jeune de l'histoire de la Formule 1. Il défendait son titre dans la nouvelle Vodafone McLaren Mercedes MP4-24 en « chrome SIKKENS® ».***

Dévoilée au Centre de Technologie de McLaren à Woking (Grande Bretagne) en janvier 2009, la Vodafone McLaren Mercedes MP4-24 a été peinte avec un système SIKKENS® très sophistiqué. A la pointe du progrès, le système SIKKENS® possède les performances techniques uniques exigées par les conditions extrêmes des Grands Prix de Formule 1. *« Nous sommes ravis de compter parmi nos partenaires de renommée mondiale un groupe tel que AkzoNobel »* a déclaré **Ron Dennis, PDG du Groupe McLaren**. *« En Formule 1, l'impact visuel est important et attire des millions de personnes à travers le monde. Depuis 2006, la finition unique en chrome est devenue une véritable signature visuelle qui nous distingue sur les circuits et donne du relief à nos 16 victoires en Grand Prix. Le partenariat durable établi avec AkzoNobel est donc primordial et d'ores et déjà couronné de succès ».*

## Une finition chrome Hautes Performances

La combinaison gagnante d'un système composé de produits spécifiques et conforme à la législation des COV a optimisé les performances du revêtement tout en reproduisant fidèlement l'emblématique teinte chrome du MP4-24. *« Notre expertise en matière de peinture permet de fournir à nos partenaires des solutions techniques sur mesure et performantes. Ce partenariat technique entre deux leaders mondiaux est un exemple parfait de notre engagement permanent dans l'innovation »* **Hans Wijers**, **PDG d'AkzoNobel**.

Et au-delà d'une colorimétrie très technique à réaliser, le nouveau système SIKKENS permet de réduire de moitié le temps de séchage des éléments de carrosserie. Accélérer le processus d'application de peinture représente un atout essentiel dans la course automobile. *« En travaillant avec AkzoNobel, nous avons dorénavant la capacité technique d'appliquer un revêtement spécifique sur matières composites et différents autres supports, en utilisant des produits à la fois technologiques et plus respectueux de l'environnement. Nous avons déjà obtenu des résultats significatifs sur le temps moyen de séchage d'éléments de carrosserie, réduit de moitié, et en matière d'émission de CO2, en baisse de plus de 80% par rapport aux précédents systèmes. Face à ces performances, nous étendons notre collaboration avec AkzoNobel Car Refinishes sur d'autres innovations applicables au revêtement de véhicules actuels et futurs »* **Martin Whitmarsh**, **PDG Vodafone McLaren Mercedes Formule 1**.

## Dépasser ses limites, la qualité des champions

Le 27 septembre 2009, à l'issue du Grand Prix de Singapour, Patrick Tambay, ancien pilote français de F1 de 1977 à 1986 ayant remporté 2 Grands Prix, a déclaré au sujet de la performance de Lewis Hamilton : *« Un champion du monde, c'est ça ! ».*



Associée à une finition chrome haute définition pour un rendu argent brillant, le système SIKKENS Colorbuild Plus, Autowave et Autoclear LV Superior a constitué la base de la combinaison gagnante de la teinte finale

Après un début de saison 2009 mal engagée, le pilote britannique de McLaren a confirmé son talent en revenant sur le devant de la scène. Déjà à Monaco, sur un circuit difficile, parti en 20e position, Lewis Hamilton est arrivé 12e au drapeau à damier. A Monza, il est allé dans le mur et ne put finir la course. Quinze jours plus tard, il frôlait les murs et se retrouvait en pole position, la seizième de sa carrière. Le jeune pilote a la marque de fabrique des champions : il ne renonce jamais. Pour toutes les activités humaines, qu'elles soient sportives ou technologiques, vouloir toujours aller plus vite et dépasser ses limites est la qualité intrinsèque des leaders. **Jim Rees**, **Directeur Général d'AkzoNobel Car Refinishes** : *« Dépasser les limites technologiques est l'un des axes de notre développement produits. Ainsi, nous sommes fiers d'avoir relevé le nouveau défi lancé par Vodafone McLaren Mercedes, en attente d'un système de haut niveau en termes de performance, de vitesse et de précision ».* Seuls ceux qui se surpassent peuvent remporter de nouveaux challenges.

## Lewis Carl Hamilton, le plus jeune champion de l'histoire de la F1




En 2008, Lewis Carl Hamilton, membre du Most Excellent Order of the British Empire (système de chevalerie du système honorifique britannique), est devenu à 23 ans le plus jeune champion du monde de l'histoire de la Formule 1. Vainqueur du championnat de Formule 3 Euro Series en 2005 puis du championnat de GP2 Series 2006, il a effectué ses débuts en Formule 1 au sein de l'écurie McLaren-Mercedes et s'est imposé comme l'une des stars de la discipline en devenant vice-champion du monde dès sa première saison en 2007.



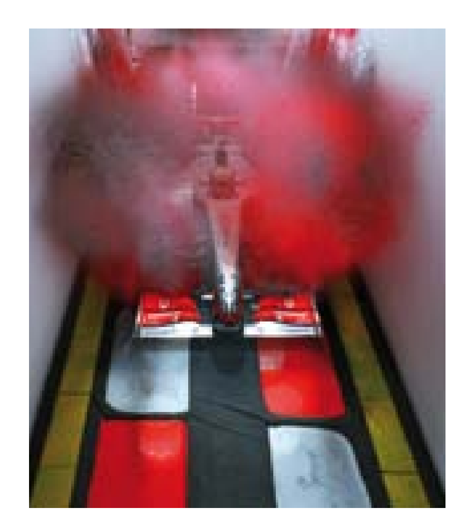

la Vodafone McLaren Mercedes MP4-24

## L'écurie McLaren : fleuron de la Formule 1

McLaren Racing (engagée dans le championnat du monde de F1 sous le nom de Vodafone McLaren Mercedes) est une écurie britannique de Formule 1 qui a débuté en Grand Prix en 1966. Associée au motoriste et constructeur automobile allemand Mercedes-Benz depuis 1995, McLaren est l'une des deux écuries les plus titrées de l'histoire de la Formule 1. A la fin des années 80 et au début des années 90, les pilotes français Alain Prost et brésilien Ayrton Senna la firent entrer dans la légende. Depuis ses débuts, McLaren a remporté 8 fois le championnat du monde des constructeurs et 12 fois celui des pilotes, totalisé 164 victoires en Grand Prix, 144 pôle positions, 436 podiums et 137 meilleurs tours.

## SIKKENS donne de la couleur à la vitesse

Après une série de préparations minutieuses et des mois de planification, la Vodafone McLaren Mercedes MP4-24 est entrée en piste pour donner une puissante accélération sur deux rails de peinture rouge et argent. La peinture pulvérisée dans toutes les directions s'est transformée en une cascade bi-colore capturée sur deux toiles de 50 m² placées de chaque côté du bolide.
Cette expérience exceptionnelle a été immortalisée dans un making off dont la vidéo est visible sur le site Internet d'AkzoNobel : *www.akzonobel.com/creating_art/creatingart/making_of*.
Un arrêt sur image de cette séquence permet au magazine d'offrir à ses lecteurs le poster encarté dans ce numéro.



### « Creating Art » by SIKKENS

Pour sublimer les compétences techniques et sportives que représente son partenariat avec McLaren, AkzoNobel y a associé une dimension artistique…
Qu'est-ce que ça donnerait de faire rouler une Formule 1 dans 1 200 litres de peinture SIKKENS ? C'est la question que s'est posée AkzoNobel en lançant le pari un peu fou de transformer la Vodafone McLaren Mercedes Formule 1 en pinceau d'artiste peintre piloté par Lewis Hamilton lui-même… Cette technique inédite a donné naissance à la collection d'œuvres uniques « Creating Art ». Une toile de cette série limitée est offerte au gagnant du jeu Color&Vous dont les modalités de participation sont précisées en page 24 et sur la carte T.



# Insolite

## Aveugle et mécano, il répare des voitures depuis plus de 30 ans

Col Collewijn en est certain : la réparation automobile est un art qui demande d'abord un certain doigté. Exerçant à Nuis, aux Pays-Bas, ce garagiste aveugle s'est rendu célèbre en affirmant qu'il réparait des voitures à l'ouïe et au toucher. *« Certains mécaniciens doivent inspecter entièrement la voiture pour trouver la panne. Parfois, je peux sentir ou entendre immédiatement d'où vient le problème et commencer tout de suite la réparation. Et j'ai un gros avantage sur les autres : je peux réparer des voitures dans le noir ! ».* ***Autobiz, 23/02/09***

## Les collisions avec les animaux sauvages ont coûté 16 M€ au Fonds de garantie

Depuis juin 2007, la suppression de l'abattement de 300 € sur l'indemnisation des dommages permet aux assurés tous risques d'obtenir du Fonds de garantie le remboursement intégral de la franchise, auparavant à leur charge. Conséquence sous-estimée : depuis juin 2008, près de 35 000 demandes d'indemnisation de sinistres provoqués par un animal sauvage ont été enregistrées. Ces accidents insolites lui ont déjà coûté 16 M€ (9 M€/an jusqu'en 2007). ***autoactu.com, 27/03/09***

## Attention, fans de foot au volant !

Une très sérieuse étude anglaise commandée par l'assureur Esure et réalisée le soir de la finale de la « Champions League » démontre pour la première fois qu'il existe un lien entre le risque d'accident et le foot à la radio ! Lors du test, les amateurs sans passion ont conduit de manière régulière. Les fans de foot, en revanche, ont conduit d'une façon erratique en fonction du déroulement du match. ***L'argus de l'automobile, 4/06/09***

## Comme des poissons dans l'eau

Nous avons beaucoup à apprendre du monde animal et Nissan l'a bien compris. En s'inspirant des règles comportementales d'un banc de poissons, le constructeur a créé l'EPORO, un robot capable d'éviter les collisions tout en réduisant la pollution. ***Autobiz, 7/10/09***

# Tendance

## Diversification : créneau porteur du véhicule ancien

L'entreprise Bérigaud s'est spécialisée dans le commerce de voitures anciennes devenu un métier à part. La demande croissante d'une clientèle en hausse constante exige des talents particuliers et des méthodes de haut niveau. Atouts : engouement pour le rétro ; plaisir des passionnés ; richesse de la ressource. Points faibles : risque de stock dormant ; bénéfices parfois aléatoires ; négociations difficiles à l'achat. ***L'argus de l'automobile, 6/08/09***

## Les pros anticipent la réglementation Reach

Lors de sa conférence, la Fipec a sensibilisé les professionnels de la carrosserie sur la réglementation Reach qui vise l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques et définit les restrictions applicables à ces substances. Complexe, elle aura des répercussions sur l'ensemble de la chaîne de la réparation-collision. La Feda se montre également très impliquée dans ce dossier qui, selon elle, pose des problèmes aux distributeurs-stockistes par la méconnaissance de la réglementation, les difficultés pratiques, le manque d'information et la pluralité des intermédiaires. ***Décision Atelier, 07-08/09***

## Principales mesures de la 1re loi Grenelle

Le projet de loi « Grenelle 1 » a été adopté par le Parlement. 1er levier : réduire les émissions du parc VP à -31,8% des émissions pour atteindre une moyenne de 120 g de $CO_2$/km en 2020 (176 g fin 2008). Le système de bonus/malus, qui a permis de réduire de 9 g la moyenne des émissions des VN en 2008 sur 2007 (139,9 g), est prolongé. Une disposition pour l'éco-entretien est envisagée avec une TVA à 5,5% sur les opérations d'entretien et de réparation. 2e levier : réduire et optimiser l'usage du VP avec la construction de 2 000 km de lignes ferroviaires à grande vitesse d'ici à 2020 ; le développement du service auto-train et covoiturage ; la mise en place du disque vert en stationnement payant ; la modulation du tarif des péages autoroutiers selon les plages horaires, le taux d'occupation des véhicules et leur niveau d'efficacité énergétique. ***autoactu.com, 28/07/09***

## Distribution et réparation : -7 000 emplois en 2009

Selon le 1er baromètre du CNPA, le secteur du commerce et de la réparation auto a perdu 7 000 emplois depuis le début 2009 et 10 000 en 12 mois sur un total de 340 000 salariés. ***autoactu.com, 3/07/09***

# Echos SIKKENS

## Gilles Penverne à la conquête du Mont Blanc en VTT



Gilles Penverne, Conseiller Technique AkzoNobel Car Refinishes, est l'un des vaillants participants du Tour du Mont-Blanc. Pour évaluer l'exploit, il faut savoir que cette randonnée en VTT est la plus dure à réaliser en France physiquement et techniquement : 6 jours de compétition, 48 h de vélo, 255 km de montagne rocheuse avec plusieurs pics à 2 500 m d'altitude, 9 750 m de dénivelé positif et autant en négatif. *« J'ai fait une chute le 3e jour et je me suis fracturé une cote mais ça ne m'a pas arrêté car il fallait que j'aille au bout de ce challenge auquel je m'étais préparé depuis 1 an. On ne s'en doute pas mais parfois le mental peut nous emmener au-delà de la souffrance, j'en ai fait ma propre expérience ! Je tiens à remercier vivement mes sponsors - B2C, Rigal peinture, Dumoget, Autocolor (Annecy), MC-Color, Béal Peinture, AD Cosac - qui m'ont permis de vivre cette aventure exceptionnelle »*, **Gilles Penverne**.





# « Marrakech 09 » le Challenge distributeurs



Photo de groupe dans le Haut Atlas

Découverte de l'architecture orientale

Une trentaine d'entreprises ont participé au Challenge distributeurs « Marrakech 09 » organisé par AkzoNobel Car Refinishes France. Signe particulier : il récompense les commerciaux et les techniciens des distributeurs indépendants dédiés à la marque.
Sur 8 mois entre 2008 et 2009, les équipes inscrites ont cumulé des points (des Unités de Valeur comme… UV !) avec la mise en place de SIKKENS chez de nouveaux clients. Certains critères pouvaient donner des bonus selon le profil des nouveaux comptes, le déploiement des produits SIKKENS VL et PL et des services tels acoat selected® ou La station carrosserie®. Sur les 31 équipes participantes, une dizaine sont sorties vainqueurs et ont remporté un voyage de 5 jours à Marrakech. Riad, médina, visite de Marrakech en calèche, chasse au trésor, rallye en 4x4 dans le Haut Atlas, bivouac, balade en quad au bord du lac Lalla Takerkoust, hammam, massage… *« On s'est éclaté ! »* déclare spontanément **Jean-Claude Lambert**, **commercial chez POPS (91)**. *« Une petite journée de plus et c'était vraiment parfait ! ».* En compagnie d'une cinquantaine de personnes dont quelques représentants de la marque et son co-équipier Mickael Renard (technicien), Jean-Claude Lambert a donné raison au dicton « après l'effort, le réconfort ». *« On ne fait pas toujours un métier facile et ces récompenses sont très stimulantes ».* Grâce à cette motivation, le distributeur POPS, dirigé par François Saccoman, est arrivé en tête du classement final, suivi par le distributeur B2C.
*« Même si SIKKENS est déjà un plaisir à commercialiser avec des produits performants, des services complets et une animation commerciale dynamique, le Challenge et son voyage à la clef sont vraiment un plus et contribuent à notre attachement à la marque. J'attends avec impatience l'organisation d'un prochain Challenge et, si je peux être une source d'inspiration, la Thaïlande me tenterait bien... ».*
Une destination très colorée pour un fabricant de peintures !

# Sikkens, la presse en parle



Sikkens revendique le séchage aux U.V.

Sikkens Automatchic 3 aide à trouver la teinte

Sikkens partenaire de Kia Europe

Acoat Selected

Gros concepts chez Akzo Nobel

Depuis le début de l'année, 144 articles sont parus dans 29 supports différents sur AkzoNobel Car refinishes, sa marque SIKKENS et son réseau de carrosseries acoat selected®…
Après-Vente Automobile (03/09, 05/09, 06-07/09, 08-09/09), autoactu.com (25/02/09, 6/07/09, 8/07/09), autobiz VO (05/09), auto-pros.fr (7/07/09), Auto Gratuit Pros (01/09, 02/09, 03/09, 05/09, 07-08/09, 09/09), Auto Infos (02/09, 03/09, 05/09, 07/09, 08-09/09), auto-infos.fr (27/01/09, 8/04/09, 7/07/09), Carrosserie (01-02/09, 03/09, 05/09, 06-07/09, 08-09/09), Carrosserie Réparateur Info (01-02/09, 03-04/09), Courrier Picard (16/02/09), Décideur.com (23/07/09), décisionatelier.com (13/01/09, 29/01/09, 8/04/09, 09/09, 8/04/09, 31/07/09), Décision Atelier (12/08-01/09, 03/09, 07-08/09, 09/09 ), DocNews (15/07/09), Double Liaison (07/09), Flash Infos Eco (7/07/09, 15/07/09, 16/07/09), Galvano Organo (03/09), journalauto.com (9/03/09), L'argus de l'automobile (25/06/09), Journal de la Rechange Indépendante (02/09, 03/09, 04/09, 05/09, 09/09), Journal de l'Automobile (16/01/09, 20/02/09, 27/02/09, 8/05/09, 29/05/09, 19/06/09, 17/07/09, 4/09/09), ldm-fr.com (05/09), Le Monde (13-14/09/09), LDM (07-09/09, 2/09/09), Moteur Automobile (6/07/09), Références Auto (23/01/09, 3/02/09, 19/02/09, 30/04/09, 4/06/09, 10/07/09, 16/09/09), Références Industrie (03/09), Réparation Atelier (03-04/09), vehiclenews.com (12/07/09, 20/07/09).

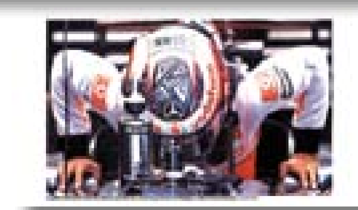




Photo non contractuelle

# Jeu

## Gagnez une toile d'un Maître inédit

Une toile numérotée de la série limitée « Creating Art » by SIKKENS réalisée par Lewis Carl Hamilton avec la Vodafone McLaren Mercedes MP4-24 est en jeu. Comment gagner l'une de ces œuvres aussi rare qu'insolite ? En retournant, sans affranchir, votre carte T dûment remplie recto/verso. Nous pourrons ainsi recueillir votre opinion sur le magazine Color&Vous et vous inclure au tirage au sort qui désignera le gagnant. Par ce geste simple, vous avez deux chances de gagner : un objet de déco qui fera des envieux et un magazine toujours plus proche de vos préoccupations professionnelles et plus utiles.

### Jeu Color&Vous n°8

Félicitations à Maxime Billard, 10 ans, fils de Laurent Billard, Carrosserie Billard à Grandvilliers (60). Il a remporté le jeu Color&Vous n°8 en obtenant l'unanimité des membres du jury pour son dessin très appliqué et coloré. Outre la fierté, il a procuré à sa famille le plaisir de l'accompagner à son séjour de 3 jours à Disneyland Paris.






color&Vous

Le magazine Sikkens d'AkzoNobel • N°9 Janvier 2010

- Directeur Publication : André Rummens
- Rédactrice en chef : Esther Hafenscher
- Ont participé à ce numéro : Sylvie Bozec, Pascal Briard, Florence Cottier, Philippe Dupas, Florence Eustache, Pascale Matecat, Bruno Menegon, Gilles Penverne, Bruno Pourret, Aurore Quaegebeur, Vincent Vallin
- Relations commerciales : Esther Hafenscher
  Tél. 03 44 28 53 46
  email : esther.hafenscher@akzonobel.com
- Reportage & rédaction : CommLC
- Crédits Photos : Olivier Gombert ; AkzoNobel
- Création et composition graphique : Fojumo
- Régie Publicitaire : CommLC

**AkzoNobel Car Refinishes**
ZI. Les « Bas-Prés » - BP 10214
60762 MONTATAIRE Cedex
Tél. : 03 44 28 53 25 • Fax : 03 44 28 53 90
www.sikkenscr.fr

**Des réactions ou des questions ?**
**Contactez la rédaction :**
**color&vous@akzonobel.com**

# Trucs & Astuces

## Maîtriser la couleur avec SIKKENS Automatchic 3



Le service technique SIKKENS délivre quelques secrets pour optimiser l'utilisation de l'Automatchic 3 et exploiter tous les atouts du spectrophotomètre le plus avancé techniquement et en même temps tellement simple d'utilisation :

- Réaliser un étalonnage une fois par jour à l'aide du piège à lumière, de la céramique blanche et de la céramique cyan. Les étalons sont spécifiques à un appareil et ne peuvent pas être échangés sans un réétalonnage complet par le fournisseur.
- Nettoyer à l'aide d'un lustrant non gras le support ou la partie du véhicule la plus proche possible de la réparation, de préférence une surface plane sans rayure.
- Travailler dans une atmosphère à 20°C (à 5°C près). Une température trop élevée ou trop faible du support influence la mesure spectrale car la couleur change avec la température.
- Tourner l'appareil d'un quart de tour à chaque mesure pour avoir une bonne représentativité de la teinte ; sélectionner le constructeur et le code teinte si possible dans Mixit II. Pour les teintes opaques, une formulation automatique est possible. Si la teinte n'est pas d'origine, retirer le constructeur et choisir la grosseur du grain à l'aide de l'index. Si la mesure est trop éloignée des valeurs de la base de données, Mixit propose une modélisation mathématique à partir du spectre le plus proche de la mesure. Si la pesée de la teinte est réalisée avec un Ecomix, dans le menu Automatchic, la teinte peut être corrigée plusieurs fois.